

Pengembangan dan Pelatihan Konten Kreatif Dakwah Digital bagi Pimpinan Daerah Aisyiyah Kabupaten Jember

Development and Training of Digital Da'wah Creative Content for Aisyiyah Regional Leaders of Jember Regency

Syah Riza Octavy Sandy^{1*}, Juhanda², Muhlisin Rasuki³

¹⁻³ Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*Penulis korespondensi: syahriza@unmuhjember.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 19 Januari 2026;

Revisi: 13 Februari 2026;

Diterima: 15 Maret 2026;

Tersedia: 17 Maret 2026

Keywords: *Creative Content; Digital Communication; Digital Da'wah; Graphic Design; Training*

Abstract. *The rapid development of information and communication technology has transformed the pattern of Islamic preaching from conventional methods to digital-based communication models. Islamic organizations are required to adapt to this transformation in order to expand the dissemination of religious messages in the digital era. However, the digital da'wah activities of the Aisyiyah Regional Leadership (PDA) of Jember Regency are still limited in terms of creative content production and digital communication strategies. This community service program aims to improve digital da'wah capacity through training and mentoring in the development of creative digital content such as videos, graphic designs, and copywriting. The implementation method consisted of three stages: socialization, module development, and training activities. The results of the program show that participants experienced increased understanding of digital da'wah strategies and improved technical skills in producing creative digital content. In addition, the program produced a digital da'wah guideline module that can be used as a reference for sustainable digital content management.*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dakwah di masyarakat. Dakwah yang sebelumnya dilakukan melalui pendekatan konvensional kini mengalami transformasi menuju dakwah berbasis media digital. Kondisi ini menuntut organisasi keagamaan untuk mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keislaman secara lebih luas dan efektif. Namun demikian, aktivitas dakwah digital pada Pimpinan Daerah 'Aisyiyah (PDA) Kabupaten Jember masih terbatas terutama dalam aspek strategi komunikasi digital dan produksi konten kreatif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dakwah digital melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan konten kreatif berupa video, desain grafis, dan copywriting. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tahap sosialisasi, penyusunan modul panduan, serta pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi komunikasi dakwah digital serta kemampuan teknis dalam memproduksi konten kreatif. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan modul panduan dakwah digital yang dapat digunakan sebagai pedoman pengelolaan konten secara berkelanjutan.

Kata kunci: Dakwah Digital; Desain Grafis; Komunikasi Digital; Konten Kreatif; Pelatihan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola komunikasi dakwah di masyarakat. Dakwah yang sebelumnya dilakukan melalui metode konvensional seperti ceramah dan pengajian kini mengalami transformasi menuju pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Media digital memberikan ruang baru bagi masyarakat untuk mengakses berbagai sumber pengetahuan keislaman secara lebih luas dan cepat (Akmaliah, 2020).

Dalam konteks komunikasi modern, dakwah digital dapat dipahami sebagai proses penyebaran nilai-nilai Islam melalui media berbasis teknologi informasi seperti website, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya (Salih, 2019). Pemanfaatan media digital memungkinkan komunikasi dakwah dilakukan secara lebih interaktif serta mampu menjangkau masyarakat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

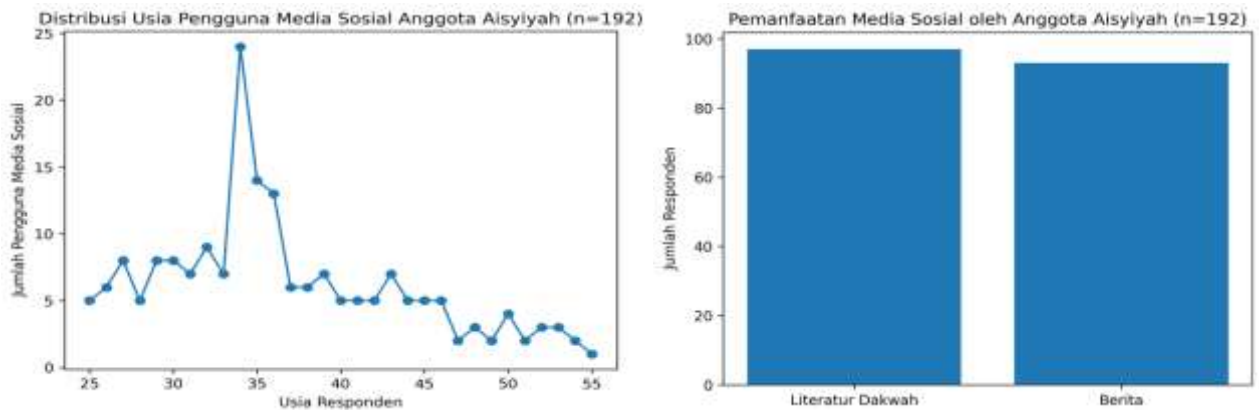
Namun demikian, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan tantangan baru terkait dengan validitas informasi keagamaan yang beredar di ruang digital. Kemudahan akses terhadap informasi di internet sering kali tidak diiringi dengan kejelasan sumber serta otoritas keilmuan yang memadai. (Rozi 2020) menjelaskan bahwa masyarakat di era revolusi industri 4.0 dihadapkan pada berbagai informasi keagamaan yang tidak semuanya berasal dari sumber yang kredibel. Oleh karena itu, organisasi keagamaan memiliki peran penting dalam menyediakan konten dakwah digital yang terpercaya dan moderat (Purwanto, 2021).

Muhammadiyah dan 'Aisyiyah merupakan organisasi Islam yang aktif dalam mengembangkan dakwah berbasis media digital. Pemanfaatan media sosial dan berbagai platform digital menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan dakwah serta memperkuat peran organisasi Islam di ruang publik digital (Afandi, 2023). Kehadiran media digital juga memberikan peluang bagi organisasi perempuan Islam seperti 'Aisyiyah untuk memperluas partisipasi dalam penyebaran nilai-nilai keislaman di masyarakat.

Pimpinan Daerah 'Aisyiyah Kabupaten Jember sebagai salah satu organisasi perempuan Islam di tingkat daerah telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi. Namun demikian, konten yang dipublikasikan masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan organisasi, sementara pengembangan konten kreatif seperti video dakwah, desain grafis, dan storytelling digital masih terbatas.

Permasalahan keterbatasan kemampuan dalam memproduksi konten kreatif serta belum optimalnya strategi komunikasi digital menunjukkan pentingnya literasi media dan penguasaan teknologi komunikasi dalam aktivitas dakwah. Menurut Rulli Nasrullah (2017), media sosial tidak hanya menjadi sarana distribusi informasi, tetapi juga ruang interaksi yang membutuhkan strategi komunikasi yang terencana agar pesan dapat diterima secara efektif. Selain itu, laporan Hootsuite dan We Are Social (2023) menegaskan bahwa tingginya penggunaan media digital harus diimbangi dengan kemampuan produksi konten yang menarik dan relevan agar mampu bersaing dalam arus informasi yang padat. Sejalan dengan itu, Kurniawan dan Astuti (2021) menyatakan bahwa strategi komunikasi digital yang terstruktur dan didukung oleh panduan pengelolaan konten yang sistematis sangat berperan dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah di era digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan dakwah digital melalui pelatihan dan pendampingan produksi konten kreatif berbasis media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan anggota organisasi dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Distribusi Usia Pengguna Media Sosial Anggota Aisyiyah & Pemanfaatan Media Sosial Anggota PDA Jember.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengelolaan dakwah digital melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan konten kreatif. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra mampu mengoptimalkan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan berkelanjutan dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Model pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahapan utama yaitu sosialisasi, penyusunan modul panduan, serta pelatihan dan pendampingan produksi konten kreatif digital.

Tahap pertama adalah sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra mengenai konsep dasar dakwah digital serta strategi komunikasi dakwah di era media sosial. Tahap ini mencakup pengenalan konsep media digital, strategi komunikasi dakwah digital, serta pengelolaan konten dakwah berbasis media sosial.

Tahap kedua adalah perancangan dan penyusunan modul panduan dakwah digital. Modul ini disusun sebagai panduan praktis bagi mitra dalam mengelola media sosial dan memproduksi konten dakwah digital secara sistematis. Materi dalam modul meliputi strategi pengelolaan

konten, teknik desain grafis sederhana, pembuatan video dakwah pendek, serta teknik penulisan copywriting untuk media sosial.

Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan produksi konten kreatif digital. Pada tahap ini peserta diberikan pelatihan teknis mengenai pembuatan konten digital serta pendampingan dalam proses produksi konten. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan.

Model pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari tiga tahapan utama yaitu sosialisasi konsep dakwah digital, penyusunan modul panduan dakwah digital, serta pelatihan dan pendampingan produksi konten kreatif. Alur metode pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa capaian penting dalam penguatan kapasitas dakwah digital di lingkungan Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kabupaten Jember. Program pengabdian dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yaitu sosialisasi dakwah digital, penyusunan modul panduan dakwah digital, serta pelatihan dan pendampingan produksi konten kreatif berbasis media sosial.

Tahap awal kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan survei untuk mengetahui pola penggunaan media sosial di kalangan anggota organisasi. Survei dilakukan terhadap 192 anggota Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kabupaten Jember yang dipilih secara acak.

Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan media sosial cukup tinggi pada kelompok usia produktif. Kelompok usia 34 tahun merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, sedangkan tingkat aktivitas terendah terdapat pada kelompok usia 55 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital cenderung lebih tinggi pada kelompok usia produktif dibandingkan kelompok usia yang lebih tua.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai media dakwah digital yang efektif, terutama dalam menjangkau kelompok usia produktif yang memiliki tingkat aktivitas digital yang tinggi.

Selain itu, survei juga menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan oleh anggota organisasi untuk berbagai tujuan, terutama untuk mengakses literatur dakwah dan membaca berita. Dari total responden, sebanyak 97 orang memanfaatkan media sosial untuk memperoleh literatur dakwah keislaman, sedangkan 93 responden menggunakannya untuk membaca berita.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi sosial, tetapi juga sebagai media literasi keagamaan bagi anggota organisasi.

Pelaksanaan Pelatihan Konten Kreatif Dakwah Digital

Tahap berikutnya dalam kegiatan pengabdian adalah pelaksanaan pelatihan konten kreatif dakwah digital. Kegiatan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota organisasi dalam memproduksi konten dakwah yang menarik dan komunikatif melalui media sosial.

Materi pelatihan meliputi beberapa topik utama, yaitu:

- 1) strategi komunikasi dakwah digital
- 2) teknik desain grafis untuk konten dakwah
- 3) pembuatan video dakwah pendek
- 4) teknik penulisan copywriting untuk media sosial

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung pembuatan konten kreatif yang dapat dipublikasikan melalui media sosial organisasi. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan pendampingan untuk memastikan peserta mampu menerapkan materi pelatihan secara mandiri.

Selain kegiatan pelatihan, tim pengabdian juga menyusun modul panduan dakwah digital yang dapat digunakan sebagai pedoman praktis bagi mitra dalam mengelola konten media sosial secara sistematis dan berkelanjutan.

Evaluasi Hasil Pelatihan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan yang diberikan.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa seluruh indikator kompetensi peserta mengalami peningkatan setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada kemampuan membuat video dakwah pendek yang meningkat sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memproduksi konten dakwah digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Airlangga et al. (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi.

Dampak Program terhadap Kapasitas Mitra

Selain peningkatan kompetensi peserta, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak terhadap perubahan kapasitas mitra dalam pengelolaan dakwah digital.

Sebelum program dilaksanakan, konten media sosial organisasi masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan organisasi. Selain itu, mitra juga belum memiliki panduan pengelolaan konten dakwah digital secara sistematis.

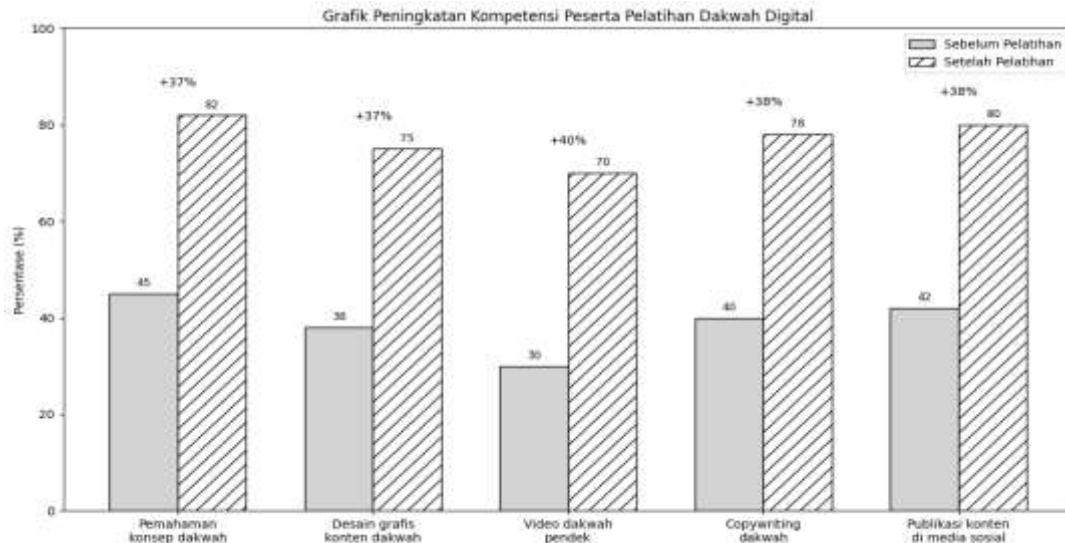
Setelah program dilaksanakan, mitra mulai mampu memproduksi berbagai bentuk konten dakwah digital seperti desain grafis dakwah, video dakwah pendek, serta konten copywriting yang dipublikasikan melalui media sosial organisasi.

Dengan meningkatnya kapasitas mitra dalam pengelolaan media digital, diharapkan kegiatan dakwah organisasi dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta pada berbagai aspek pengelolaan dakwah digital. Beberapa indikator kompetensi yang diukur meliputi pemahaman konsep dakwah digital, kemampuan desain grafis, kemampuan membuat video dakwah pendek, kemampuan copywriting dakwah, serta kemampuan publikasi konten di media sosial. Tabel Evaluasi Hasil Pelatihan Peserta

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peningkatan Kompetensi Peserta Pelatihan Dakwah Digital.

No	Indikator Kompetensi	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman konsep dakwah digital	45	82	37
2	Kemampuan desain grafis konten dakwah	38	75	37
3	Kemampuan membuat video dakwah pendek	30	70	40
4	Kemampuan copywriting dakwah	40	78	38
5	Kemampuan publikasi konten di media sosial	42	80	38
Rata-rata		39	77	38



Gambar 3. Grafik peningkatan kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelatihan dakwah digital.

Selain peningkatan kompetensi peserta, program pengabdian ini juga memberikan dampak terhadap perubahan kapasitas mitra dalam pengelolaan dakwah digital. Sebelum program dilaksanakan, mitra belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi komunikasi dakwah digital serta masih memiliki keterbatasan dalam produksi konten kreatif. Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, mitra menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memproduksi berbagai bentuk konten dakwah digital seperti desain grafis, video dakwah pendek, serta penulisan copywriting untuk media sosial. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan modul panduan dakwah digital yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengelolaan konten secara berkelanjutan.



Gambar 4. Hasil Kegiatan Sosialisasi Konsep Dakwah Digital, Penyusunan Modul Panduan Dakwah Digital, Serta Pelatihan Dan Pendampingan Produksi Konten Kreatif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kabupaten Jember berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola dakwah digital melalui media sosial. Program ini memberikan kontribusi dalam bentuk peningkatan pemahaman mengenai strategi komunikasi dakwah digital serta peningkatan keterampilan teknis dalam memproduksi konten kreatif.

Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan modul panduan dakwah digital yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengelolaan konten dakwah secara berkelanjutan. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini diharapkan PDA Jember dapat mengoptimalkan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan (Diktilitbang) Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Pimpinan Daerah Aisyiyah Kabupaten Jember serta LPPM Universitas Muhammadiyah Jember atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2023). Dakwah digital Muhammadiyah disarankan menentukan segmentasi pasar dan fokus isu.
- Airlangga, P., Harianto, & Hammami, R. A. (2020). Pembuatan dan pelatihan pengoperasian website desa agrowisata Gondangmanis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Informatika*, 1(1), 9–12. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v1i1.1046>
- Akmaliah, W. (2020). The demise of moderate Islam: New media, contestation, and reclaiming religious authorities. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.18326/ijims.v10i1.1-24>
- Haryono, W., T., T., Puspitasari, T., Maulida, R., & Hardi, T. (2021). Pelatihan pembuatan dan pengelolaan website sebagai sarana informasi pada madrasah. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 126–134.
- Hootsuite, & We Are Social. (2023). Digital 2023: Global overview report. <https://wearesocial.com>
- Kurniawan, A., & Astuti, D. (2021). Strategi komunikasi digital dalam meningkatkan efektivitas dakwah di media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 145–160.

- Maharani, C., Nubagja, H. M., Theofilus, K. N., & Natasya, R. (2022). Quotes of the day: Implementasi model dakwah Islam melalui sosial media di era digital. *Journal Scientific of Mandalika*, 3(4), 367–374. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss5pp367-374>
- Mutiara, D. (2023). The identity of Islamic women in online media: A study confirming the message of the digital identity of progressive women in Suara ‘Aisyiyah. <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v19i1.16554>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nur Fuad, A. F. (2020). Pendidikan Islam dan dakwah perempuan di perkotaan: ‘Aisyiyah Jakarta Selatan. *Jurnal Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.22236/jpi.v11i1.5029>
- Nuryanti, S., Subejo, Witjaksono, R., & Fathoni, M. (2019). Village official website and inclusive communication approach in empowerment of villagers. *IOP Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/255/1/012047>
- Purwanto, S. (2021). *Dakwah digital Muhammadiyah di era disrupsi*.
- Putra, I. L., Kurniawan, I., Amalya, A. A., Hikmah, N., Maulana, Y., & Sulthony, M. (2022). Pelatihan pengembangan website desa berbasis CMS. Selaparang: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*.
- Rozi, B. (2020). Problematika pendidikan Islam di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.38073/jpi.v9i1.204>
- Salih, M. A., Khalid, H. M., Kahar, R. A., & Zahari, W. A. (2019). Analisis model penilaian laman sesawang Islam berbentuk dakwah di Malaysia. *Jurnal Komunikasi*.